

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ МАЛОГО БИЗНЕСА

Специальности 38.05.02 Таможенное дело

Направленность (профиль): «Таможенное дело»

Формы обучения: очная; заочная

Квалификация выпускника: специалист таможенного дела

Срок получения образования: очная форма обучения 5 лет, заочная форма обучения 5 лет 6 месяцев

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 5 з.е.

в академических часах: 180 ак.ч.

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг малого бизнеса» по специальности 38.05.02 Таможенное дело направленность (профиль) «Таможенное дело», составлена Закировым Р.Т. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 38.05.02 Таможенное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «25» ноября 2020 г. № 1453, Профессионального стандарта 08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 17.06.2019 г. № 409н.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации «26» августа 2021 г. № 1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	6
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий.....	8
5.1. Содержание дисциплины	8
5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	11
6. Лабораторные занятия	12
7. Практические занятия.....	13
8. Тематика курсовых работ (проектов).....	15
9. Самостоятельная работа студента	15
10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины	19
11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	20
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины — сформировать компетенции обучающегося в области применения теоретических знаний и практических навыков по реализации задач принятия управленческих решений в области организации маркетинговой деятельности малого предприятия, с целью наиболее эффективного достижения маркетинговых целей малого предприятия, оценки последствий принимаемых решений и контроля над их исполнением.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение теоретических концепций маркетинговой деятельности предприятий малого предприятия,
- изучение методологии разработки, принятия и реализации управленческих решений в сфере маркетинговой деятельности малого предприятия, методологии осуществления планирования и организации проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами,
- изучение основных принципов анализа маркетинговой среды малого предприятия,
- изучение основ современных технологий и методов проведения маркетинговых исследований рынка

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг малого бизнеса» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы специалитета по специальности 38.05.02 Таможенное дело направленность (профиль) «Таможенное дело».

Дисциплина обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП					Место в формировании компетенции
		1 курс (сем.)	2 курс (сем.)	3 курс (сем.)	4 курс (сем.)	5 курс (сем.)	
ПК-1	Таможенные операции			6 сем			Предыдущая
ПК-1	Таможенный менеджмент			6 сем			Предыдущая
ПК-1	Таможенный контроль после выпуска товаров				7 сем		Изучаемая
ПК-1	Правовые основы противодействия коррупции				8 сем		Последующая
ПК-1	Основы квалификации преступлений в сфере				8 сем		Последующая

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП					Место в формировании компетенции
		1 курс (сем.)	2 курс (сем.)	3 курс (сем.)	4 курс (сем.)	5 курс (сем.)	
	таможенного дела						
ПК-1	Управление персоналом в таможенных органах					9 сем	Последующая
ПК-1	Выявление и основы расследования административных правонарушений, отнесенных к компетенции таможенных органов					9 сем	Последующая
ПК-1	Система управления рисками в таможенном деле					9 сем	Последующая
ПК-1	Организация и техника внешнеэкономических операций					9 сем	Последующая
ПК-1	Основы системного анализа и управления в таможенном деле			5 сем			Предыдущая
ПК-1	Информационный менеджмент			5 сем			Предыдущая
ПК-1	Таможенная статистика			5 сем			Предыдущая
ПК-1	Управление малым бизнесом				7 сем		Изучаемая
ПК-1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности				8 сем		Последующая
ПК-1	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности				8 сем		Последующая
ПК-1	Производственная практика, преддипломная практика					10 сем	Последующая

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять контроль при совершении таможенных операций и применения таможенных процедур	ПК-1.1 Способен принимать решение о выборе объекта таможенной проверки	Знать объекты таможенной проверки Уметь принимать решения о выборе объекта таможенной проверки Владеть навыками принятия решений о выборе объекта таможенной проверки
	ПК-1.2 Способен определять соответствие данных, заявленных в таможенных, транспортных и коммерческих документах, сведениям, указанным в бухгалтерской отчетности и документах бухгалтерского учета участников ВЭД	Знать данные, которые заявленные в таможенных, транспортных и коммерческих документах, сведениям, указанным в бухгалтерской отчетности и документах бухгалтерского учета участников ВЭД Уметь определять соответствие данных, заявленных в таможенных, транспортных и коммерческих документах, сведениям, указанным в бухгалтерской отчетности и документах бухгалтерского учета участников ВЭД Владеть навыками определения соответствия данных, заявленных в таможенных, транспортных и коммерческих документах, сведениям, указанным в бухгалтерской отчетности и документах бухгалтерского учета участников ВЭД
	ПК-1.3 Способен анализировать внешнеэкономические операции на предмет возможного наличия нарушения таможенного законодательства	Знать анализ внешнеэкономические операции на предмет возможного наличия нарушения таможенного законодательства Уметь анализировать внешнеэкономические операции на предмет возможного наличия нарушения таможенного законодательства Владеть навыками анализа внешнеэкономические операции на предмет возможного наличия нарушения таможенного законодательства

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По семестрам 7 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	64,5	64,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	64	64
• занятия лекционного типа	32	32
• занятия семинарского типа:	32	32
практические занятия	32	32
лабораторные занятия	-	-
в том числе занятия в интерактивных формах	6	6
в том числе занятия в форме практической подготовки	16	16
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
в том числе курсовая работа (проект)		
2. Самостоятельная работа студентов, всего	79,5	79,5
- курсовая работа (проект)		
- выполнение домашних заданий	79,5	79,5
- контрольное тестирование		
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36
ИТОГО:	ак. часов	180
Общая трудоемкость	зач. ед.	5

заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По курсам 4 курс
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	12,5	12,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	12	12
• занятия лекционного типа	6	6
• занятия семинарского типа:	6	6
практические занятия	6	6
лабораторные занятия	-	-
в том числе занятия в интерактивных формах	-	-
в том числе занятия в форме практической подготовки	-	-
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
в том числе курсовая работа (проект)	-	-
2. Самостоятельная работа студентов, всего	158,5	158,5
- курсовая работа (проект)	-	-
- выполнение домашних заданий	158,5	158,5
- контрольное тестирование	-	-
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	9	9
ИТОГО:	ак. часов	180
Общая трудоемкость	зач. ед.	5

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии

Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга в сфере малого предпринимательства. Сущность и специфика маркетинга малого предприятия. Организация процесса маркетинга малого предприятия.

Организация и планирование проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.

Основные понятия маркетинга. Эволюция концепций управления маркетингом на предприятиях малого бизнеса. Основные цели, задачи и принципы маркетинга. Комплекс маркетинга предприятия малого предприятия и его роль в проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами. Особенности маркетинговой политики предприятия малого предприятия. Маркетинговая среда предприятий сферы малого бизнеса.

Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства

Понятие и необходимость маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований в малом бизнесе. Источники и виды маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований и ее реализация на основе стандартов управления проектами. Основные направления, цели и виды исследований, предпочтительных для малых предприятий. Особенности анализа и содержательной интерпретации полученных результатов.

Правила и процедуры организации маркетинговых исследований. Эффективность маркетинговых исследований

Тема 3. Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей

Структура рынка. Емкость и конъюнктура рынка. Понятие потребительского поведения. Характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке.

Понятие и цели сегментирования рынка малого предпринимательства. Рыночная сегментация и ее цели. Признаки сегментации рынка. Выбор целевого рынка и стратегии охвата рынка как фактор продвижения продукта предприятий малого бизнеса. Позиционирование на рынке.

Тема 4. Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами

Понятие продукта в сфере малого предпринимательства. Маркетинговое понимание продукта. Формирование продуктовой стратегии предприятий малого предприятия на основе организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.

Качество и конкурентоспособность товара. Позиционирование товара.

Продуктовая политика и товарный ассортимент. Этапы жизненного цикла продукта. Продвижение и реализация продуктов малого предприятия с учетом жизненного цикла продукта. Марка, марочное название и товарный знак в сфере малого предпринимательства. Конкурентоспособность и качество услуг, их место в стратегии маркетинга предприятий малого бизнеса. Основные принципы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений в сфере маркетинга малого предприятия.

Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия

Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций и их роль в решении стратегических и оперативных управленческих задач в сфере маркетинга.

Реклама. Виды, цели и средства рекламы. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта и продаж. Личные продажи. Ярмарки, выставки. Прямой маркетинг.

Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Организация и управление маркетинговыми коммуникациями.

Особенности формирования комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.

Тема 6. Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами

Цена как элемент комплекса маркетинга и ее формирование.

Классификация цен. Функции цены. Структура и состав цены продукта малого предприятия. Цели ценообразования и их влияние на продвижение и реализацию продукта. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования. Возможность использования стандартов управления проектами при формировании ценовой политики. Особенности планирования цен с учетом стандартов управления проектами. Процесс управления ценами на малом предприятии.

Тема 7. Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия

Цели и функции каналов распределения в сфере малого предприятия. Оптовые продавцы продукции предприятий малого предприятия. Розничные

продавцы малого предприятия. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов распределения.

Особенности политики распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия. Оценка эффективности политики и методов распределения, продвижения и реализации продуктов и услуг предприятий малого предприятия.

Тема 8. Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства

Маркетинговое планирование. Особенности организации и планирования проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.

Контроль маркетинговой деятельности предприятия. Служба маркетинга, ее место в иерархии управления.

Организация и управление маркетингом в сфере малого предпринимательства.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.	4	4/2	9,5	17,5	2
2.	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.	4	4/2	10	18	
3.	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.	4	4/2	10	18	
4.	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.	4	4/2	10	18	2
5.	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия	4	4/2	10	18	
6.	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	4	4/2	10	18	2
7.	Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия	4	4/2	10	18	
8.	Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства.	4	4/2	10	18	
	Подготовка к экзамену				36	
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				0,5	
	Итого	32	32/16	79,5	180	6

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.	1	1	19	21	-
2.	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.	1	1	19,5	21,5	-
3.	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.	1	1	20	22	-
4.	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.	1	1	20	22	-
5.	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия	1	1	20	22	-
6.	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	1	1	20	22	-
7.	Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия			20	20	-
8.	Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства.			20	20	-
	Подготовка к экзамену				9	-
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				0,5	-
	Итого	6	6	158,5	180	-

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.	1. Организация процесса маркетинга с учетом требований потребителей и их влияние на организацию маркетинга. 2. Роль и функции маркетинга малого предприятия и их роль в принятии управленческих решений 3. Комплекс маркетинга предприятия малого предприятия, структура и взаимосвязь его элементов. 4. Маркетинговая политика малого предприятия, предложения по ее совершенствованию. 5. Организация и планирование проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.	4	2
2	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.	1. Методика маркетинговых исследований и ее реализация на основе стандартов управления проектами. 2. Использование результатов маркетинговых исследований, 3. Оценка эффективности маркетинговых исследований	4	2
3	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.	1. Сегментирование рынка малого предпринимательства 2. Анализ и содержательная интерпретацию полученных результатов моделирования рынка.	4	2
4	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.	1. Формирование продуктовой стратегии предприятий малого предприятия на основе организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами. 2. Анализ ассортиментной политики малого предприятия. 3. Оценка качества и конкурентоспособности товара.	4	2
5	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия	1. Организация и управление маркетинговыми коммуникациями. 2. Формирования комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	4	2
6	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее	1. Стратегия и тактика ценообразования. 2. Планирование цены с учетом стандартов управления проектами.	4	2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
	формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	3. Процессы управления ценами на малом предприятии.		
7	Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия	1. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов 2. Особенности политики распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия. 3. Оценка эффективности политики и методов распределения, продвижения товаров и услуг фирмы.	4	2
8	Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства.	1. Маркетинговое планирование. Особенности организации и планирования проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами. 2. Контроль маркетинговой деятельности предприятия. 3. Организации и управление маркетингом в сфере малого предприятия с учетом критериев социально-экономической эффективности.	4	2
	Итого		32	16

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.	1. Организация процесса маркетинга с учетом требований потребителей и их влияние на организацию маркетинга.	1	
2	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.	2. Роль и функции маркетинга малого предприятия и их роль в принятии управленческих решений	1	
3	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.	3. Комплекс маркетинга предприятия малого предприятия, структура и взаимосвязь его элементов.	1	
4	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.	4. Маркетинговая политика малого предприятия, предложения по ее совершенствованию.	1	
5	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого	5. Организация и планирование проектной деятельности в сфере	1	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
	предприятия	маркетинга на основе стандартов управления проектами.		
6	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	1. Методика маркетинговых исследований и ее реализация на основе стандартов управления проектами.	1	
	Итого		6	-

8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Маркетинг малого бизнеса» направлена на:

– освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;

– изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);

– работу с компьютерными обучающими программами;

– выполнение домашних заданий по практическим занятиям;

– самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;

– подготовку к экзамену.

Тема 1. Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал. 2. Ознакомиться с нормативными документами. 3. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - публичный доклад;	1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников. 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося. 3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.	1. Устные опросы. 2. Публичные доклады 3. Коллективная дискуссия

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.	4. Подготовьте публичный доклад для этого: - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его. 5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.	

Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал. 2. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - ответы на предложенные письменные проверочные работы	1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников. 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося. 3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы для этого: - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках; - оформите ответы.	1. Письменные проверочные работы 2. Устный опрос

Тема 3. Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал. 2. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - ответы на предложенные письменные проверочные работы	1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников. 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося. 3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы для этого: - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;	1. Письменные проверочные работы 2. Решение задач 3. Устный опрос

	- найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках; - оформите ответы.	
--	---	--

Тема 4. Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - публичный доклад; - вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого: - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.</p> <p>5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Коллективная дискуссия</p>

Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить: - конспект в форме тезисов;</p>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого: - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.</p>	<p>1. Письменные проверочные работы</p> <p>2. Устный опрос</p>

Тема 6. Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конспект в форме тезисов; - публичный доклад; - вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов. 	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его. <p>5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Коллективная дискуссия</p>

Тема 7. Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конспект в форме тезисов; - публичный доклад; - вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов. 	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его. 	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Контрольная работа</p>

Тема 8. Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предприятия

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конспект в форме тезисов; - публичный доклад; - вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов. 	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания).</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием; - составьте план доклада; - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его. <p>5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Коллективная дискуссия</p> <p>4. Ситуационное задание</p>

10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2017.]

б) основная литература:

1. Маркетинг: Учебник / Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/505620>

2. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/463390>

в) дополнительная литература:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/309700>

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> - ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/> - База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. 1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения

курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.